**Контекстная реклама в фейсбук**

**Объявление в новостной ленте**

Пользователи видят рекламу в ленте новостей. Она может вести на страницу корпоративного сайта, паблик бренда или лендинг. Из-за смены алгоритмов в фейсбуке цена объявлений растёт.

**Реклама в сообществе**

Объявление в узкотематическом сообществе является попаданием в целевую аудиторию. Подбирая группы для размещения в них рекламы, учитывайте не количество участников, а активность этих пользователей и охват записей.

Договориться о размещении объявления можно с биржами: «ФорумОк», «Блогун», «Epicstars» и прочими или с администратором страницы.

**Посты известных личностей**

Конечно же, рекомендации известных людей вызывают доверие. Потому, когда товар рекламирует звезда, то вероятность того, что его будут покупать многие люди, возрастает.

Обратите внимание: лучше не выпрашивать перепосты и лайки вашего объявления. Алгоритмом вычисляется «вымогательство», и публикация в ленте понижается.

Можно выгодно взаимодействовать с блогерами, большинство подписчиков которых живут в нужном вам городе, районе и так далее.

Пользователь, размещающий рекламу, не обязательно должен иметь тысячи подписчиков. Большинство людей считают советы и рекомендации своих знакомых надёжными источниками информации о товаре.

**Создание саморекламы на странице фейсбук**

Саморекламой на фейсбуке занимаются многие копирайтеры, ювелиры, дизайнеры, коучи. В обычном посте они рассказывают о себе, своей работе, делятся профессиональными секретами. Потому пользователи положительно реагируют на подобную рекламу. Они нуждаются в этой информации, чтобы успеть приобрести определённый курс или какое-либо изделие.

**Размещение нативной рекламы в рассматриваемой соцсети**

Интересная история с отзывами, где присутствует личный подтекст, не раздражает пользователей и не рассматривается в качестве проплаченной рекламы.

Посты, содержащие юмор, персональные «фишки» и полезную информацию, имеют максимум шансов на успех.

Большинство постов акцентируют внимание не на продвигаемых товарах, а на эмоциях от владения ими. Целевая аудитория ожидает развёрнутых отзывов, увлекательных рассказов, профессиональных рекомендаций.